

KORPEN



Svenska Motions-
idrottsförbundet



Analys som input till Korpens strategiarbete

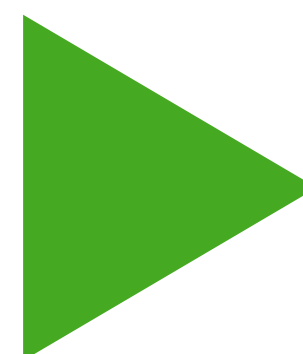
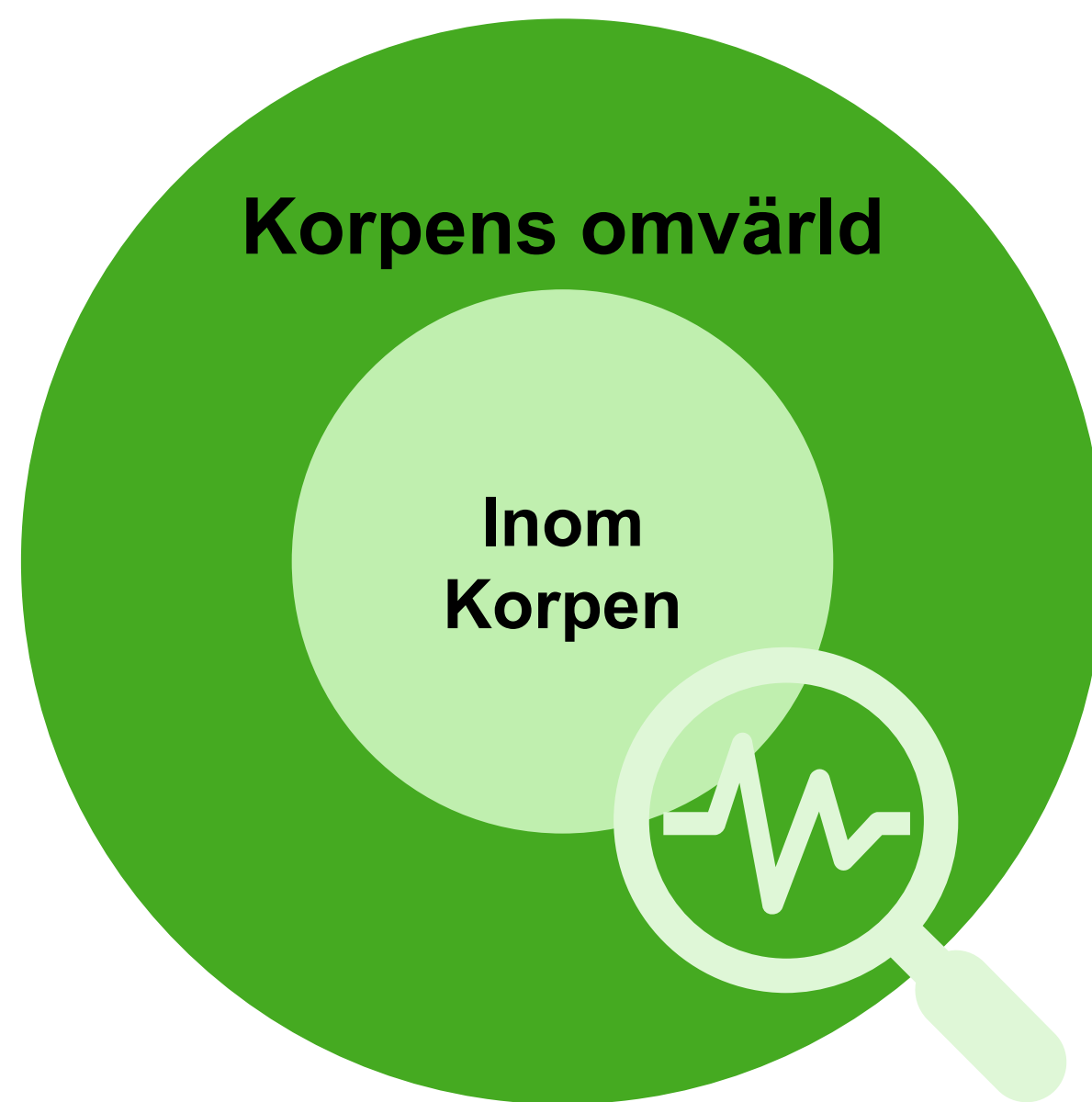
INTRODUKTION

Vi har gjort en analys som input till Korpens strategiarbete

Korpen och Vergenta har tillsammans gjort en analys av:

- Vad som är på väg att hända i omvärlden som påverkar Korpen i framtiden
- Vad man inom Korpen vill ska hända i framtiden

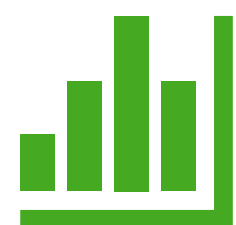
Analysen är en input till det strategiarbete som ni ska göra här på mötesplatsen och framåt.



Baserat på intervjuer, dialoger och dokumentation har vi gjort observationer och dragit slutsatser...



Digitala dialoger med många av Korpens föreningar samt med Korpens personal och styrelse



87 av Korpens föreningar svarade på den digitala enkätundersökningen



Intervjuer med företrädare för andra idrottsförbund och politiska partier samt med företrädare för Korpens föreningar, nationella organisationer, personal och styrelse



Dokumentstudier

...som vi idag presenterar i en kortversion för er.

KORPEN

✓
VERGENTA

■ ■ Svenska Motions-
■ ■ idrottsförbundet

Analys som input till Korpens strategiarbete

ANALYS

På de följande bilderna gör vi sju nedslag i analysen, varvat med generella observationer

1. Korpens vilja till inkludering matchar politisk prioritering



2. Ökad inkludering skulle också stärka Korpen i att söka finansiering



3. Korpens fokus på arbetsplatser matchar efterfrågan i samhället



4. Korpens bredd och flexibilitet ger svar på brist på idrottsanläggningar

Omvärldsanalysen visade att tillgången på idrottsanläggningar för Korpen och andra idrottsförbund förväntas bli alltmer begränsad. Detta gäller särskilt i de större städerna i takt med ökad förtätning och prioritering av bostäder framför idrottsanläggningar. Detta utgör en betydande utmaning för många föreningar inom hela idrottsrörelsen.

I de digitala dialogerna lyftes Korpens stora utbud av aktiviteter och höga grad av flexibilitet fram som en fördel jämfört med de andra förbunden. Det ger Korpen en underutnyttjad potential att anordna aktiviteter som inte kräver speciella anläggningar. Dessutom gör det att föreningarna enkelt kan anpassa sig till nya trender och snabbt ställa om när svenskarnas motionsvanor ändras.



KORPEN

VERGENTA

Svenska Motions-
idrottsförbundet

5. Korpen behöver göra på nya sätt för att engagera styrelseledamöter



6. Korpen vill stärka sitt varumärke för att locka fler medlemmar



7. Samverkan gynnar Korpen

Flera föreningar sade i de digitala dialogerna att de vill samarbeta mer inom Korpen för att utbyta idéer och erfarenheter med varandra. Flera menar att detta skulle vara särskilt gynnsamt för de föreningar som ligger nära varandra geografiskt, då man tillsammans kan erbjuda ett större utbud av aktiviteter och engagemang genom gemensamma initiativ.

Det finns även ett intresse för att öka samverkan med andra organisationer, framför allt på lokal nivå. Detta för att motverka upplevd konkurrens och möjliggöra gemensamt påverkansarbete.

KORPEN

VERGENTA



KORPEN

VERGENTA

Svenska Motions-
idrottsförbundet

Vad säger de externa respondenterna om Korpens styrkor?

”Lika för alla oavsett tidigare erfarenhet och ålder”

”Viktig funktion för livslång idrott för alla och utifrån förutsättning”

”Korpen breddar motionsbegreppet”

”Gemenskap, hälsa, motion, glädje”

”Bra värdegrund”

”Man har ett visst mentalt tillstånd när man spelar i Korpen, man gör det för att det är kul och av vilja”

”Korpen som organisation är underbar”

KORPEN

VERGENTA

1. Korpens vilja till inkludering matchar politisk prioritering

Omvärldsanalysen visade att idrottspolitikern sannolikt kommer att fortsätta prioritera att motverka socioekonomiska skillnader. Regeringen har redan infört målinriktade satsningar mot utsatta områden och det förväntas komma fler liknande initiativ.

Inom Korpen finns en gemensam vilja att jobba för inkludering på både central och lokal nivå. I de digitala dialogerna framhölls vikten av att alla är välkomna och att Korpen har en förmåga att attrahera olika grupper. Detta stöds även av enkätundersökningen, där 68 procent av föreningarna svarade att det är viktigt eller mycket viktigt att Korpen arbetar med att nå delar av befolkningen som inte nås idag.

KORPEN

VERGENTA



2. Ökad inkludering skulle också stärka Korpen i att söka finansiering

Omvärldsanalysen visade att Korpen kan stärka sin position i bidragssystemet genom att bättre visa sitt bidrag till att motverka socioekonomiska skillnader. Denna slutsats stärks av att RF planerar att fördela pengarna för den pågående satsningen på utsatta områden till de förbund som har bäst förutsättningar att åstadkomma resultat.

Det finns även outnyttjad potential för Korpen i andra finansieringar än bidragen genom RF, som Allmänna Arvsfonden och Postkodlotteriet. Sådana finansiärer är precis som politiken ofta intresserade av idrottens potential för social förändring.

3. Korpens fokus på arbetsplatser matchar efterfrågan i samhället

Enligt Europabarometern 2022 är svenskarna bland de mest aktiva inom motion och träning i EU, men också bland de mest stillasittande. Stillasittande förväntas bli en växande folkhälsoutmaning. Detta ger Korpen en potential att spela en viktig roll genom mer verksamhet på arbetsplatser.

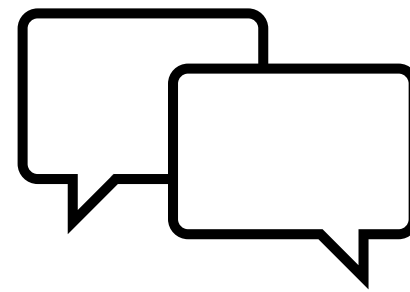
Allt fler företag vill vara hållbara och främja hälsa och fysisk aktivitet, vilket Korpen kan erbjuda. De digitala dialogerna visade att det finns bred enighet inom Korpen om att framåt sätta arbetsplatserna mer i fokus och att ansluta fler företagsföreningar. Eftersom Korpens unika erbjudande matchar en befintlig efterfrågan och trend i samhället så bör detta vara möjligt att realisera.

KORPEN

VERGENTA



Reflektionspaus



Vänd er till dem som sitter närmast och reflektera kort tillsammans:

Vad väcker det vi har hört hittills för tankar hos oss?

Det är dags att tänka nytt om platser för fysisk aktivitet

Europabarometern 2022 visade att den svenska befolkningen inte främst utövar idrott på traditionella idrottsanläggningar, utan i andra typer av miljöer. Många vuxna ägnar sig åt motionsidrott som promenader, löpning, cykling eller gruppträning, som kan utövas både utomhus och inomhus i andra lokaler än traditionella idrottsanläggningar.

Detta indikerar att en kombination av olika träningsmiljöer är populärt bland många i befolkningen.



37%
av svenskarna
motionerar i en
park eller utomhus
(Eurobarometern, 2022)

**Bristen på
idrottsanläggningar
är störst i större
städer
(cif, 2022)**

Hur ser ni på tillgången till idrottsanläggningar?

"Det finns en anläggningsbrist och det ser inte ut att bli bättre visar undersökningar"

"Det finns inte tillräckligt med ytor i relation till idrottens behov. Men vi behöver också bli bättre på att utnyttja andra ytor och jobba med kortare pass i hallarna"

"Hösten 2022 har det varit jätte stramt med hallar. När det är brist anläggningar så blir Korpen en konkurrent. Det är inte rimligt att ge vika för motionsidrott om ungdomar slutar på sin idrott för att de får sena tider"

Externa respondenter



4. Korpens bredd och flexibilitet ger svar på brist på idrottsanläggningar

Omvärldsanalysen visade att tillgången på idrottsanläggningar för Korpen och andra idrottsförbund förväntas bli alltmer begränsad. Detta gäller särskilt i de större städerna i takt med ökad förtätning och prioritering av bostäder framför idrottsanläggningar. Detta utgör en betydande utmaning för många föreningar inom hela idrottsrörelsen.

I de digitala dialogerna lyftes Korpens stora utbud av aktiviteter och höga grad av flexibilitet fram som en fördel jämfört med de andra förbunden. Det ger Korpen en underutnyttjad potential att anordna aktiviteter som inte kräver speciella anläggningar. Dessutom gör det att föreningarna enkelt kan anpassa sig till nya trender och snabbt ställa om när svenskarnas motionsvanor ändras.

5. Korpen behöver göra på nya sätt för att engagera styrelseledamöter

I de digitala dialogerna beskrevs att det i många föreningsstyrelser finns en överrepresentation av äldre personer, och att inskolning av nya styrelsemedlemmar blir en växande uppgift. Det uppgavs vara svårt att hitta personer som vill engagera sig ideellt, framför allt till poster som ordförande, sekreterare eller kassör.

I dialogerna föreslogs större flexibilitet i medlems- och styrelsestrukturer, kortare engagemangstider, samt bättre kommunikation av föreningslivets fördelar och egenvärde. Detta passar väl in i omvärldsanalysen att unga personer idag är mer intresserade av kortare och mer flexibla engagemang.



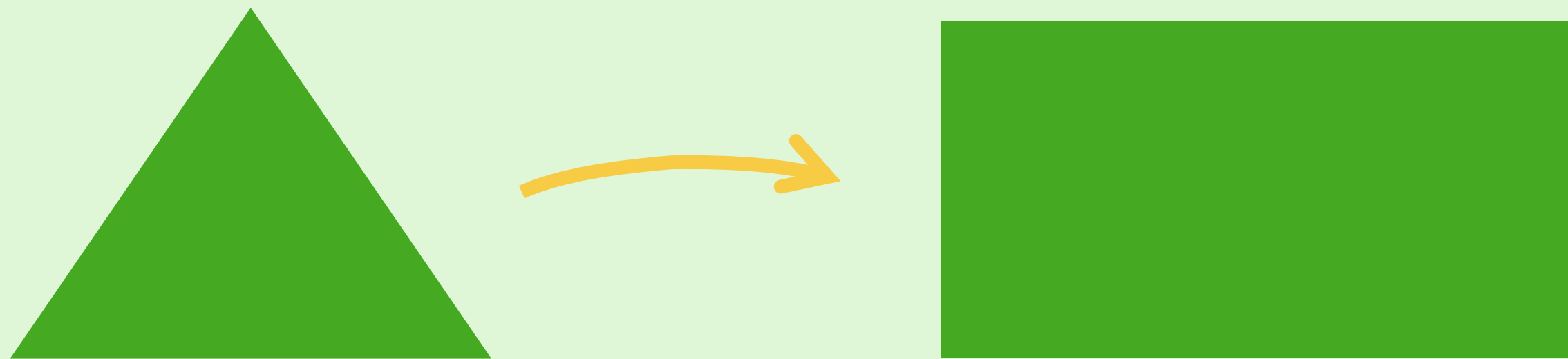
6. Korpen vill stärka sitt varumärke för att locka fler medlemmar



I de digitala dialogerna och i enkäten uttrycks en vilja att stärka den externa kommunikationen mer än vad som redan görs. Framför allt efterfrågas mer centralt varumärkesbyggande. Även centralt stöd för den lokala kommunikationen står på önskelistan. Totalt sett skapar det förväntningar på hög kapacitet och förmåga hos den centrala kommunikationsfunktionen.

Syftet med ett starkare varumärke uppges vara att locka fler medlemmar och att bryta de negativa förutfattade meningar som finns om Korpen externt. Det anses också viktigt för att öka inflytandet gentemot politiker och beslutsfattare på kommunal nivå.

Det pågår fortsatt en förändringsprocess inom idrottsrörelsen från triangeln till rektangeln



RF:s strategi gällande förflyttningen från "triangeln" till "rektangeln" innebär att alla förbund har ansvar att främja motionsidrott. Detta har resulterat i vissa förändringar inom förbunden. Men på grund av pandemin menar flera idrottsförbund att arbetet pausats till stor del - nu ökar man dock intensiteten i arbetet.

RF:s vision är att föreningarna arbetar tillsammans och samarbetar både med varandra och med andra aktörer för att komplettera varandras insatser.

Hur ser ni på er och Korpens roll i framtiden?

När man har kunskap om Korpen, så finns det oftast ett positivt samarbete och man inser betydelsen av att erbjuda en bredare möjlighet att sporta på olika nivåer. På andra platser betraktas Korpen dock som en konkurrent som inte levererar aktiviteter av lika hög kvalitet.

"Vårt förbund har motionssatsningar, skulle tro att om 5-10 år finns det en stor motionsverksamhet inom vårt förbund"

"Vi vill skapa möjligheter för fler människor att utöva vår sport. Både RF och förbundet vill gärna erbjuda fler att spela inom förbundet"

Externa respondenter

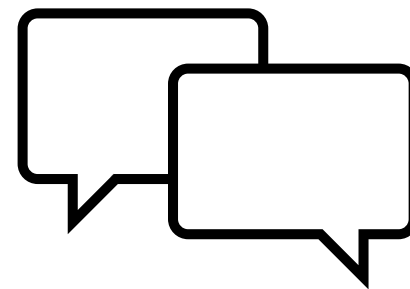
7. Samverkan gynnar Korpen

Flera föreningar sade i de digitala dialogerna att de vill samarbeta mer inom Korpen för att utbyta idéer och erfarenheter med varandra. Flera menar att detta skulle vara särskilt gynnsamt för de föreningar som ligger nära varandra geografiskt, då man tillsammans kan erbjuda ett större utbud av aktiviteter och engagemang genom gemensamma initiativ.

Det finns även ett intresse för att öka samverkan med andra organisationer, framför allt på lokal nivå. Detta för att motverka upplevd konkurrens och möjliggöra gemensamt påverkansarbete.



Reflektionspaus



Vänd er till dem som sitter närmast och reflektera kort tillsammans:

Vad väcker det vi har hört för tankar hos oss?

Vi har gjort sju nedslag i analysen som ni tar med er som input till strategiarbetet

1. Korpens vilja till inkludering matchar politisk prioritering



2. Ökad inkludering skulle också stärka Korpen i att söka finansiering



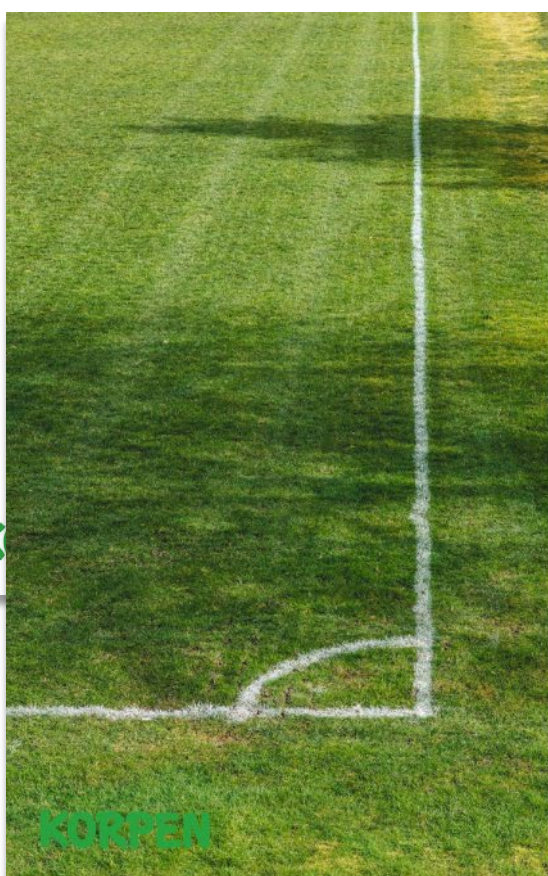
3. Korpens fokus på arbetsplatser matchar efterfrågan i samhället



4. Korpens bredd och flexibilitet ger svar på brist på idrottsanläggningar

Omvärldsanalysen visade att tillgången på idrottsanläggningar för Korpen och andra idrottsförbund förväntas bli alltmer begränsad. Detta gäller särskilt i de större städerna i takt med ökad förtätning och prioritering av bostäder framför idrottsanläggningar. Detta utgör en betydande utmaning för många föreningar inom hela idrottsrörelsen.

I de digitala dialogerna lyftes Korpens stora utbud av aktiviteter och höga grad av flexibilitet fram som en fördel jämfört med de andra förbunden. Det ger Korpen en underutnyttjad potential att anordna aktiviteter som inte kräver speciella anläggningar. Dessutom gör det att föreningarna enkelt kan anpassa sig till nya trender och snabbt ställa om när svenskarnas motionsvanor ändras.

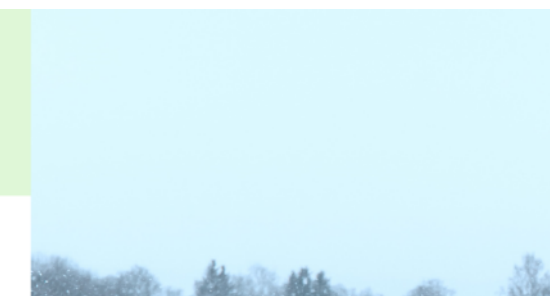


KORPEN

VERGENTA

Svenska Motions-
idrottsförbundet

5. Korpen behöver göra på nya sätt för att engagera styrelseledamöter



6. Korpen vill stärka sitt varumärke för att locka fler medlemmar



7. Samverkan gynnar Korpen

Flera föreningar sade i de digitala dialogerna att de vill samarbeta mer inom Korpen för att utbyta idéer och erfarenheter med varandra. Flera menar att detta skulle vara särskilt gynnsamt för de föreningar som ligger nära varandra geografiskt, då man tillsammans kan erbjuda ett större utbud av aktiviteter och engagemang genom gemensamma initiativ.

Det finns även ett intresse för att öka samverkan med andra organisationer, framför allt på lokal nivå. Detta för att motverka upplevd konkurrens och möjliggöra gemensamt påverkansarbete.

KORPEN

VERGENTA



KORPEN

VERGENTA

Svenska Motions-
idrottsförbundet

KORPEN



KORPEN

VERGENTA

